

Journal Homepage: www.ijo-bs.com
International Journal of Business Society
Contents lists available at: https://www.ijo-bs.com/issue.html



قياس أثر المعيار الشخصي على سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت

Abdulrahman Saud Abdullah Albawardi[1]; Aref Ali Aref[2], Ashurov Sharofiddin[3]

[1]Institute Of Islamic Banking and Finance, IIUM, Malaysia, Email:(aboahmadq87@hotmail.com)
[2]Institute Of Islamic Banking and Finance, IIUM, Malaysia, Email:(arif_uia2@yahoo.com)
[3]Institute Of Islamic Banking and Finance, IIUM, Malaysia, Email:(ashurovsharaf@gmail.com)

Information of Article

Article history:
Received: 2 Feb 2022
Revised: 3 Feb 2022
Accepted: 27 Feb 2022
Available online: 28 Feb 2022

Keywords:
المعيار الشخصي
سلوك الزبائن
البنوك الاسلامية
دولة الكويت

ملخص الدراسة

في ضوء التغييرات الأخيرة في قطاع الصيرفة الإسلامية في الكويت، تواجه إدارات البنوك الإسلامية حاليًا صعوبات في الاحتفاظ بعملائها مع اشتداد المنافسة. وبالتالي، أصبحوا أكثر حرصًا على معرفة أهم العوامل التي تجعل عملاء البنوك الإسلامية يغيرون حساباتهم المصرفية، حتى يتمكنوا من التركيز على هذه العوامل أثناء بناء استراتيجياتهم. كانت الخدمات المصرفية للأفراد تشهد بيئة ديناميكية عالية التنافسية حيث بدأت البنوك في الاعتماد على استراتيجيات يحركها العملاء للتعامل مع التغيرات في احتياجات العملاء. لهذا السبب، حولت جميع المؤسسات تركيزها نحو الاستراتيجيات الموجهة للعملاء لتجنب تحول العملاء إلى المنافسين وتحقيق أرباح أكبر لأن تكلفة الاحتفاظ بعميل أقل بكثير من تكلفة الحصول على عميل جديد. هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير المعيار الشخصي على سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي حيث تم جمع البيانات من المستجيبين على طبيعة العلاقة بين المعيار الشخصي وسلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية. يتكون مجتمع البحث من الزبائن المتعاملين مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت. ونظراً للمسح المبدئي الذي أجراه الباحث حول أعداد المتعاملين مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت، فقد كانت العينة (800) فرداً كافية وشاملة للمجتمع. من خلال اختبار فرضية الدراسة، فقد أظهرت نتائج تحليل المسار وجود علاقة مباشرة ارتباطيَّة موجبة وقوية ومقبولة بين المعيار الشخصي وسلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت.

1. المقدمة

في ظل العولمة وانفتاح الأسواق التجارية وتحرير القيود أمام التجارة وحدة المنافسة بشكل غير مسبوق وازدياد معدلات الإنفاق ومظاهر الاستهلاك، أصبحت هناك عوامل تؤثر على سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية، واحتلت هذه العوامل جزءاً كبيراً من الاهتمام كونها تسهم بزيادة حصتها السوقية وقيمتها المالية من خلال خلق قيمة ومكانة للبنوك في نظر العملاء. كما أسهمت العولمة والتوسع الكبير في حجم الأسواق والتعاملات المالية والتطورات التكنولوجية المتسارعة وسرعة الاتصالات في توجه البنوك نحو التركيز على بعض العوامل كإطار يعبر عن القيمة والجودة من وجهة نظر العملاء، وأصبحت هذه العوامل تحتل حيزاً كبيراً من اهتماماتهم التي تزايدت مع ازدياد معدلات الإنفاق وتعدد ظواهر الاستهلاك، التي دفعتهم إلى اختيار نوعية من الخدمات المالية بعينها وثوقاً بطريقة وأسلوب التعامل التي غدت مميزة وبمثابة شهادة حسن جودة للخدمة المصرفية تغني عن المجهود الترويجي في كثير من الحالات (خير الدين، 2012، ص4). على الرغم من سعي البنوك الإسلامية الدائم والحثيث في دولة الكويت إلى استقطاب الزبائن الجدد للتعامل معها، فإن هناك تراجعاً أصاب قطاع البنوك الإسلامية الكويتية من حيث استقطاب الزبائن لصالح البنوك التقليدية للسنوات 2015-2017، وذلك وفقاً للتقرير الصادر عن اتحاد المصارف العربية لسنة 2018 والخاص بتطورات القطاع المصرفي الكويتي، وعلى الرغم من أن دولة الكويت هي دولة عربية مسلمة ومن المنطقي أن يزداد عدد زبائن البنوك الإسلامية لا أن يتراجع، فإن هذا التراجع في استقطاب العملاء يتطلب الوقوف على أسباب هذه المشكلة وطرق علاجها حتى يتسنى لإدارات المصارف الإسلامية الكويتية معالجة هذا الأمر، والعودة إلى استقطاب المزيد من العملاء من واقع دراسة وتحليل سلوك المتعاملين مع البنوك في الكويت (اتحاد المصارف العربية، 2018، ص14). حيث إن من أبرز الآثار السلبية لتراجع إقبال الزبائن على التعامل مع البنوك الإسلامية هو: التقليل من الادخارات، وفشل بنوك الاسلامية في المنافسة مع البنوك التقليدية، الأمر الذي سوف يؤدي في الأجل الطويل إلى زعزعة الاستقرار التمويلي الإسلامي، وقد يصل إلى الفشل الكلي في البنوك الاسلامية في دولة الكويت.

2. مشكلة الدراسة

سعياً للتعرف على مدى رضا العملاء حول الخدمات المصرفية الإسلامية في فلسطين، جاءت دراسة (الفقهاء، 2012)، حيث أكدت نتائج دراسته أن الضمان والاعتمادية هما المؤشران الأكثر تأثيران في رضا العملاء، إضافة إلى جودة الخدمات المصرفية الإسلامية، والثقة والصورة الذهنية المؤسسية في رضا الزبائن، كانت من العوامل المؤثر في رضا العملاء حول الخدمات المصرفية الإسلامية المقدمة في البنوك الإسلامية الفلسطينية.
من جهة أخرى وفي ضوء أهمية المعايير المحاسبية الإسلامية كأساس للعمل المصرفي الإسلامي، جاءت دراسة سريعة وحنيفة (Sarea & Hanefah, 2013)، حيث أكدت نتائج الدراسة أن المعايير المحاسبية التي صدرت عن هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية تعمل كأداة مفيدة تقوم على مقابلة مختلف الاحتياجات لهذه المؤسسات والتي عكست الصفات المتعلقة بعمل هذه المؤسسات. وفي تتبع أجراه الباحث للدراسات التي تناولت إقبال الزبائن للتعامل مع البنوك الإسلامية على مستوى دولة الكويت، فقد اتضح وجود قلة في الدراسات السابقة فيما يتعلق بإقبال المتعاملين من الأفراد على البنوك الإسلامية الكويتية حيث لم يجد الباحث أية دراسات في المجتمع الكويتي حول موضوع الدراسة الحالي، وهذا بدوره زاد من أهمية إجراء الدراسة

https://dx.doi.org/10.30566/ijo-bs/2022.02.84

الحالية لمعالجة هذه الإشكالية البحثية في هذا النطاق بدولة الكويت، إضافة لتناول أهم المتغيرات التي تؤثر على اختيار الزبائن للمصارف الإسلامية دون غيرها، مثل جودة الخدمات المصرفية، وأسعار هذه الخدمات، بالإضافة للملاءة المالية للبنك، وكذا سمعة البنك وشهرته، وموقع البنك وعدد فروعه، وبالتالي يمكن معالجة الإشكالية البحثية في موضوع الدراسة الحالية بالشكل الذي يخدم غرض البحث العلمي من خلال إجراء هذه الدراسة.

وفي ضوء هذا الطرح الخاص بمشكلة البحث، من الممكن وضع تصور مبدئي حول الحلول المتوقعة للعوامل المؤثرة على سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية، من خلال ما تعرضت له الدراسات السابقة حول أهم هذه العوامل، والتي تركزت بشكل رئيس في كل من الدافع الديني كعامل أساسي حول مدى وكثافة انتشار المصارف الإسلامية وفروعها في أنحاء الدولة، ومدى ما تحقق الخدمات المصرفية الإسلامية في هذه البنوك من رضا للعملاء نحو جودة الخدمة ونوعيتها.

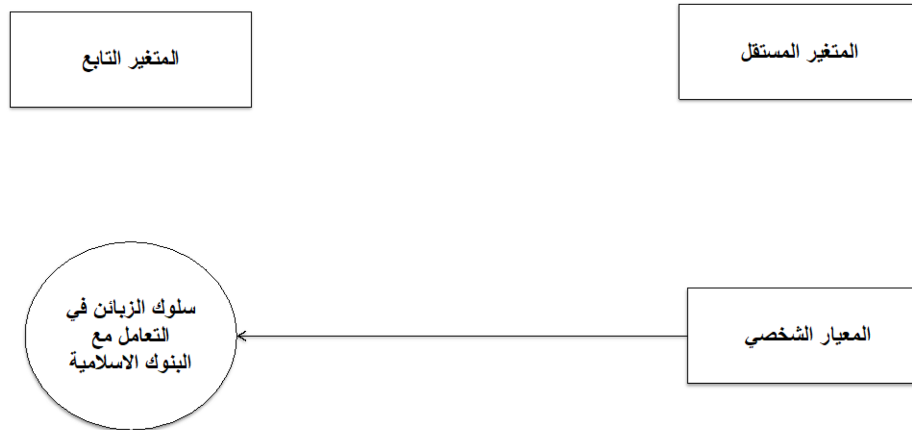
3. اهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية إلى تحقيق الهدف التالي:

1. معرفة مدى تأثير المعيار الشخصي على سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الاسلامية في دولة الكويت.

4. الإطار البحثي

تقدم الدراسة الحالية الإطار البحثي التالي:



شكل 1: الإطار البحثي

5. فرضية الدراسة

فرضية الدراسة: يوجد أثر للمعيار الشخصي في سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت .

وفيما يتعلق بالفرضية الخامسة والتي تبحث في وجود علاقة تأثير ايجابية بين المعيار الشخصي وسلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت، حيث تتمثل ملاءة البنك في مدى الاستقرار المالي للبنك وما يمتلكه من سيولة نقدية تضمن وجود مستوى مطمئن من الاستقرار في البنك، فقد أظهرت نتائج دراسة (الشيخ حسن، 2005) بأن الملاءة المالية للبنوك الإسلامية تشجع المودعين على التعامل مع هذه البنوك الإسلامية نظراً لما تمتاز به من قدرة على واجهة أية خسائر غير متوقعة أ أية أزمات مالية قد تطرأ. كذلك دراسة القحطاني، (2015) التي أظهرت نتائجها أهمية الملاءة المالية للبنك ومدى استقراره المالي والاقتصادي في تفضيلات التعامل مع البنك.

6. مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة

تعد البنوك الإسلامية نوعاً خاصاً من البنوك المتخصصة، سواء من حيث طبيعتها، أو من حيث تفاصيل عملها. فهي تقترب من بنوك الاستثمار والأعمال، أو بنوك التنمية، ولكنها أيضاً تقبل الودائع الجارية، فهي بمثابة "البنوك الشاملة". وتأسيساً على حرمة الربا، وعلى حقيقة أن الفائدة هي عين الربا، واتساقاً من أن الآلية ذات الجدوى الفاعلة لإدارة العمل المصرفي بخاصة، والنشاط الاقتصادي المعاصر بعامة هي "الربح" وليس الفائدة، قامت فكرة إنشاء البنوك الإسلامية. وتمثلت البداية في الدعوة إلى التحرر الاقتصادي، تدعيماً للاستقلال السياسي بالعودة إلى الهوية، وتطبيق شرع الله والالتزام بأحكامه في مجال المال والمعاملات، وظهرت هذه الدعوة في كتابات جمال الدين الأفغاني ومحمد إقبال وابن باديس ومحمد عبده ورشيد رضا وحسن البنا والمودودي وغيرهم الكثير (أبو عبيد، 2017، ص39).

https://dx.doi.org/10.30566/ijo-bs/2022.02.84

بهدف تطوير العمل المصرفي في الكويت، تم تطبيق مجموعة من المبادرات المهمة في القطاع المصرفي الكويتي خلال الأعوام العشرين الماضية. بالإضافة إلى ذلك، يسعى بنك الكويت المركزي في الوقت ذاته إلى تطوير إطار العمل التنظيمي والتشريعي للتعاملات المالية والمصرفية، وتحديث سياسات إشرافه وبرامجه. ويستمر بنك الكويت المركزي باتخاذ التدابير اللازمة تمهيداً لتطبيق المعايير الرقابية الصادرة عن لجنة بازل المعروفة ببازل 3، حيث تم تشكيل لجنة توجيهية شاركت فيها المصارف الكويتية بممثلين عنها لوضع الضوابط الرقابية اللازمة. وتشمل هذه المعايير مجموعة من الضوابط التي من شأنها تحسين جودة رأس المال وتعزيز معايير السيولة التي تستهدف تحسين إدارة مخاطر السيولة وتعزيز درجة الاستقرار في الموارد المالية، بالإضافة إلى معايير تستهدف إجراءات الرقابة الكلية لمواجهة المخاطر النظامية. واعتمد مجلس إدارة بنك الكويت المركزي هيكل رأس المال الرقابي للمعيار والمرحلة الانتقالية لتطبيقه، وتحديد نسبة اجمالية لكفاية رأس المال بحد أدنى 13% يتم تطبيقها على مراحل بين عامي 2014 و2016 (صندوق النقد العربي، 2016، ص2).

1.6 الدراسات السابقة

تناولت دراسة القحطاني، (2015) والمتعلقة بالعوامل المؤثرة في اختيار العميل للبنوك تهدف هذه الدراسة إلى تحديد معايير اختيار البنوك من قبل العملاء في المملكة العربية السعودية، في ظل تفاوت البنوك في تقديم الخدمات، وما يترتب على ذلك من اختلاف تفضيل العملاء لبنك أو بنوك معينة دون أخرى، ومساعدة البنوك العاملة في المملكة العربية السعودية على التركيز على العوامل الأكثر تأثيراً على العملاء، وتحسين طرق تعاملها مع العملاء، والتركيز على هذه المعايير في برنامجها الترويجي للوصول إلى الشريحة المستهدفة. ومن أجل تحقيق ذلك قام الباحث باختيار عينة عشوائية بلغ حجمها (1000) عميل من عملاء جميع البنوك في المملكة العربية السعودية، وتم الاعتماد على الاستبانة في جمع البيانات، وتم إخضاعها لمقاييس الصدق والثبات، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها عدم وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية للأهمية النسبية للمعايير التي يستخدمها السعوديون لاختيار البنوك التي يتعاملون معها، باستثناء العامل الديني الذي شكل مرجعية لعملاء البنوك على اعتبار أن الدافع الديني هو ما يحثهم على اختيار البنوك الإسلامية وتركهم للتعامل مع البنوك التقليدية، كما أوضحت النتائج عدم وجود علاقة بين المعايير المؤثرة على الفرد في عملية اختياره للبنك الذي يتعامل معه وبين خصائصه الديموغرافية (السن، التعليم، الدخل، الوظيفة). وأوصت الدراسة بأهمية تحفيز البنوك الإسلامية للعملاء الجدد من خلال استقطابهم عبر تنمية أهمية الجانب الديني في التعاملات المصرفية. وفيما يتعلق بالدوافع الخاصة بالعملاء تجاه اختيارهم للتعامل مع البنوك الإسلامية، جاءت دراسة مزيان، (2015) للوقوف على هذه الدوافع لدى عينة من عملاء البنوك الإسلامية الجزائرية، حيث تبنت الدراسة الدافع الديني والعوامل الديموغرافية للمستجيبين من أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم (340) فرداً. حيث أظهرت نتائج الدراسة أن الدافع الديني هو العامل الأكبر والأهم في اختيار العملاء للبنك الإسلامية الجزائرية في كافة تعاملاتهم المصرفية، من حيث الايداع والقروض وفق الشريعة الإسلامية وخلاف ذلك من معاملات مالية إسلامية، في حين لم تجد الدراسة فروقاً ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بالعوامل الديموغرافية وعلاقتها باختيار العملاء للتعامل مع البنوك الإسلامية في الجزائر. وأوصت الدراسة بضرورة تنمية الوازع الديني لدى جمهور المتعاملين مع البنوك في الجزائر بهدف استقطاب المزيد من العملاء الباحثين عن خدمات مالية إسلامية وفقاً لضوابط الشريعة. أما حول المحددات التي تقف وراء اختيار العملاء للبنوك الإسلامية، فقد أجرت الشاوش، (2017) دراسة تناولت محددات اختيار البنوك الإسلامية في السياق التونسي، حيث تم تطبيق الدراسة على (355) فرداً من المتعاملين مع البنوك الإسلامية في تونس، حيث تناولت الدراسة كلاً من الدافع الديني، وجودة الخدمات، وانتشار الفروع وتوزعها الجغرافي، وتوفر خدمات الإنترنت في البنوك، وكثرة خدمات الصراف الآلي للبنك، وأظهرت نتائج الدراسة أن الدافع الديني هو العامل الأبرز وراء اختيار العملاء للبنوك الإسلامية دون سواها من البنوك التقليدية التونسية، كما أظهرت النتائج أن كثرة الفروع وتوزعها الجغرافي جاء في المرتبة الثانية من حيث الأهمية بالنسبة لأفراد عينة الدراسة. وأوصت الدراسة بأهمية حرص البنوك الإسلامية على زيادة انتشار فروعها وخدمات الصراف الآلي لها في المناطق الجغرافية المختلفة في تونس بهدف استقطاب المزيد من العملاء المحتملين والجدد.

وفيما يتعلق بتأثير أبعاد قنوات توزيع الخدمة المصرفية في سلوك الزبائن، فقد جاءت دراسة عطية والربيعي (2020) بهدف تناول تأثير قنوات توزيع الخدمة المصرفية بأبعادها (سمعة المصرف وشهرته، موقع المصرف، معاملة موظفي المصرف للزبائن، حداثة أساليب تقديم الخدمة المصرفية) على سلوك الزبائن وفق عدد من المتغيرات والمتمثلة بعوامل السلوك النفسية، ولتحقيق هدف الدراسة فقد تبنت مخططاً فرضياً يعبر عن العلاقات المنطقية بين متغيرات الدراسة، وتم وضع فرضيات لاختبار هذه العلاقات والتأكد من صحتها، ولغرض تطبيق هذه الدراسة ميدانياً فقد تم اختيار مصرف الرافدين ومصرف سومر التجاري الاهلي والمصرف الوطني الاسلامي، عبر عدد من فروعهم العاملة في محافظة بغداد، وتم استخدام استمارة الاستبانة كأداة رئيسة في جمع البيانات المتعلقة بالجانب الميداني بالإضافة الى استخدام المقابلة والملاحظة الميدانية، وقد بلغ حجم عينة الدراسة (150) من الزبائن المتعاملين مع المصارف المقصودة، وتم استخدام برنامج التحليل الاحصائي (SPSS) لإجراء المعالجات الإحصائية. وتوصلت الدراسة لعدة استنتاجات أهمها: أظهرت نتائج التحليل على المستوى الاجمالي وجود تأثير لأبعاد قنوات توزيع الخدمة المصرفية مجتمعة وبحسب المؤشرات النفسية التي يستخدمها الزبائن عند تقييمهم لتلك القنوات المختارة، لذا على أدارة المصرف أن تراعي هذه الأبعاد الواجب توفرها وأن تأخذها بعين الاعتبار عند اختيارها لقنوات التوزيع. أما أهم التوصيات للبحث فهي أن تؤمن إدارة المصرف بالدور المهم والمؤثر لقنوات توزيع الخدمة المصرفية وأبعادها المميزة في جذب الزبائن والاحتفاظ بهم.

7. منهجية الدراسة

وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الميدانية والتي سيتبع فيها الباحث الأسلوب الكمي بهدف تعرف تأثير المعيار الشخصي على سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت، حيث يتم من خلاله جمع معلومات وبيانات عن ظاهرة ما أو واقع وذلك بقصد التعرف على الظاهرة محل البحث، وتحديد الوضع الحالي لها، والتعرف على جوانب القوة والضعف في هذه الظاهرة من أجل معرفة مدى صلاحية هذا الوضع أو مدى الحاجة لإحداث تغييرات في الوضع القائم، إذ سيتم دراسة وتحليل البيانات وذلك بهدف التعامل معها في اختبار الفرضية وبيان نتائج وتوصيات الدراسة، وبالتالي إتاحة المجال للتعرف بشكل علمي على هذه الوظيفة، من خلال التعرف على رؤية المبحوثين نحو التعامل معها من خلال الوصول إلى بيانات بالإمكان إخضاعها للتحليل الإحصائي (عبيدات وآخرون، 2017، ص39). وتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة، وهو أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد عبر فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية تم تفسيرها بطريقة موضوعية تنسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة (الساكني، 2016). كما أنه منهج قائم بالأساس على التحليل العلمي للمصادر العلمية من أبحاث

https://dx.doi.org/10.30566/ijo-bs/2022.02.84

ودراسات تطبيقية، وتقارير وإحصاءات تتعلق بأثر المعيار الشخصي على سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت، وعرض ما توصلت إليه الدراسات مع التركيز على المعيار الشخصي باعتباره متغير مستقل.

ويعتبر المنهج الوصفي التحليلي هو المنهج الأكثر ملائمة لطبيعة الدراسة الحالية؛ كونه يتيح اختبار عدد من التساؤلات والفروض التي تصف طبيعة العلاقات بين متغيرات الدراسة وذلك عن طريق الأسلوب المسحي. حيث سيتم جمع البيانات من المصادر الثانوية المتمثلة في الأدب والدراسات السابقة والتي تتمركز في المراجع العربية والأجنبية والمنشورات والتقارير الصادرة عن المؤسسات المحلية والدولية التي تطرقت إلى أثر المعيار الشخصي على سلوك الزبائن. وذلك وصولا إلى إلى مجموعة من التعليمات المختصه بالوحدة التي تمت دراستها من الوحدات المشابهة وإبراز الارتباطات والعلاقات السببية أوالوظيفية بين أجزاء الظاهرة، هذا مع الاستعانة بالمنهج التاريخي كلما دعت الضرورة إلى ذلك خاصة في تتبع الظاهرة قيد الدراسة؛ من أجل التوصل إلى إجابات عن أسئلة الدراسة وتحقيق أهدافها، وكذلك دعم الاستنتاجات من الإطار النظري بالنتائج العملية. في حين أن المنهج الوصفي لوصف الظاهره قيد الدراسة، والتي تم الإعتماد على المراجع والدراسات السابقة للتعرف على الظاهرة، كما وأن المنهج التحليلي سيقوم بالاعتماد على الاستبانة كأداه لجمع البيانات، حيث تم اختيار عينة عشوائية طبيقة قوامها 800 مفردة. ويتكون مجتمع البحث من الزبائن المتعاملين مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت، والبالغ عددها خمسة مصارف حسب ما ورد في أحدث نشرة صادرة عن البنك المركزي الكويتي لسنة (2019)، وتبعاً للبيانات الصادرة عن البنك المركزي الكويتي لسنة 2019 والتي تشير إلى أن حجم الصيرفة الإسلامية من إجمالي النظام المصرفي في دولة الكويت قد بلغ (30%)، كما بلغ إجمالي الحسابات المصرفية في البنوك الكويتية (3.8) مليون حساب، منهم (1.3) مليون حساب مصرفي البنوك الإسلامية الكويتية، في حين بلغ عدد الحسابات المصرفية الشخصية للأفراد باستثناء الشركات (700) ألف حساب تقريباً في البنوك الإسلامية الكويتية.

ومجموع الزبائن المشمولين ضمن عينة الدراسة على (500) مفردة، وتم توزيع (50) استبانة تحسباً لعدم صلاحية أو عدم اكتمال تعبئة بعض الاستبانات ولتضمن الباحث إخضاع (800) استبانة إلى المعالجة والتحليل الإحصائي، بحيث تم توزيع هذا العدد على فروع هذه البنوك والمنتشرة في كافة أنحاء الدولة بالطريقة غير العشوائية. ونظراً للمسح المبدئي الذي أجراه الباحث حول أعداد المتعاملين مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت، فقد كانت العينة (800) فرداً كافية وشاملة للمجتمع. وبعد الانتهاء من عملية جمع البيانات والمعلومات اللازمة حول متغيرات هذه الدراسة، وذلك من خلال استبانة الدراسة التي تم تطويرها وتوزيعها على أفراد عينة الدراسة، وبعدها تم جمع البيانات التي تم الحصول عليها من أداة الدراسة، تم ترميز هذه البينات وإدخالها إلى الحاسب الآلي لاستخراج النتائج الإحصائية، وتم الاستعانة بالأساليب الإحصائية ضمن البرامج الملائمة (SPSS) لغرض الدراسة الحالية، ومن ثم معالجة البيانات التي تم الحصول عليها من خلال الدراسة الميدانية للعينة المبحوثة.

8. النتائج والمناقشة

تقوم هذه الدراسة على متغير مستقل متعلق بالمعيار الشخصي وأثره على سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت، وتم تحديد مجتمع الدراسة وفيما يلي توضيح معدل الاستجابة لأفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة.

1.8 معدل الاستجابة

تم استخدام معدل الاستجابة في الدراسة لغرض التأكد من وجود ردود فعل صحيحة من المستجيبين. وفقًا للجدول 1، كان هناك 400 استبيان تم توزيعها على 400 مستجيب. تم رجوع 358 استبيان من المستجيبين، وكان هناك 12 من الاستبيانات المرتجعة غير قابلة للاستخدام بسبب عدم ملء الاستبيانات. وخلاصة القول، كانت الاستبيانات المرتجعة والقابلة للاستعمال 449 بنسبة 86.5٪، وهو معدل صالح للاستخدام في الدراسة. لذا فإن معدل الاستجابة للاستبيانات صالحة لاستكمال اختبارات الدراسة.

جدول 1: معدل الاستجابة

معدل الأستجابة	
الإستبيانات الموزعة	800
الإستبيانات العائدة	486
إستبيانات غير قابلة للإستخدام	37
إستبيانات عائدة و قابلة للإستخدام	449
معدل الإستجابة	60.75%
معدل الإستجابة القابل للإستخدام	56.13%

https://dx.doi.org/10.30566/ijo-bs/2022.02.84

2.8 اختبار ألفا كرأنباخ Cronbach Alpha

تم استخدام اختبار الموثوقية في الدراسة لغرض إيجاد مؤشرات الموثوقية والتأكد من الاتساق الداخلي بين عناصر المتغيرات. يستخدم هذا الاختبار عاملين هما كرونباخ الفا والثبات المركب. وفقًا لـ Hair et al.) ، 2017)، يجب أن تكون قيمة موثوقية كرونباخ الفا والثبات المركب فوق 0.7 حتى يتم قبولها.

استنادًا إلى الجدول 2 أظهرت النتائج الى انه يوجد اتساقًا داخليًا كبيرًا مع قيم كرونباخ الفا والثبات المركب للمتغيرين (المعيار الشخصي وسلوك الزبائن). حيث وجد ان قيمة كرونباخ الفا تراوحت بين 0.874 و0.877، مما يشير الى موثوقية مناسبة ومقبولة لمكونات نموذج الدراسة. قيمة الثبات المركب تراوحت بين 0.913 و0.915 مما يشير الى موثوقية مناسبة وفقا المعايير الاحصائية المقبولة.

جدول 2: اختبار الموثوقية

المتغيرات	عدد الفقرات	قيمة كرونباخ الفا	الثبات المركب
المعيار الشخصي	4	0.877	0.915
سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية	4	0.874	0.913

3.8 اختبار التداخل الخطي Test Multicollinearity

يعد اختبار الارتباط الخطي المتعدد انه واحد من اختبارات الانحدار المتعددة، ويتم استخدام هذا الاختبار في الدراسة للتأكد من أن جميع عناصر المتغير المستقل ترتبط ببعضها البعض. يستخدم اختبار الارتباط الخطي المتعدد عاملين رئيسيين وهما التسامح وعوامل تضخم التباين (VIF). وفقًا لـ Kalnins 2018))، يجب أن يكون قبول قيم التسامح إذا كانت أقل من 3، بينما أوصى Chatfield (2018) بأن يكون VIF أقل من 5. وفقًا للجدول التالي 3، المتغير (المعيار الشخصي) حصلت على نتائج مقبولة، حيث كانت قيمة التسامح بين 0.486، بينما كانت قيمة VIF بين 2.057.

الجدول 3: الارتباط الداخلي بين للمتغير المستقل

متغيرات الدراسة المستقلة	تضخم التباين VIF	التباين المسموح Tolerance
المعيار الشخصي	2.057	.486

4.8 التشبّعات التقاطعية Cross Loadings

يهدف تحليل التشبعات التقاطعية الى اثبات ان فقرات كل متغير ترتبط بقيم اعلى مقارنة بالمتغيرات الاخرى، ذلك بهدف تحقيق شرط الصدق التمايزي. الجدول رقم 4 يؤكد ان الفقرات التابعة لكل متغير وجدت بارتباط اعلى مقارنة بالمتغيرات الاخرى، الذي يؤكد شرط صدق التمايز، فجميع فقرات كل متغيّر كانت ذاتَ ارتباطٍ عالي بمتغيّرها المحدد بدرجةٍ أعلى من بقية ارتباطها بالعَوامل الأُخرى.

جدول 4: التشبعات التقاطعية للفقرات

الفقرات	سلوك الزبائن	المعيار الشخصي
BI2	0.815	0.396
BI3	0.878	0.402
BI4	0.883	0.359
SN1	0.494	0.84

https://dx.doi.org/10.30566/ijo-bs/2022.02.84

0.788	0.308	SN2
0.914	0.477	SN3
0.867	0.39	SN4

5.8 التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

1.5.8 تحليل المؤشرات المتعلقة بعامل المعيار الشخصي

يحتوي هذا المحور على عدد 4 فقرات خاصة بالمتغير المؤثر العوامل ذات الصلة بالمعيار الشخصي، يوضح الجدول التالي 5 هذه الفقرات مع النتائج الإحصائية الخاصة بهذه الفقرات، ويلي الجدول شرح تفصيلي لهذه النتائج والمؤشرات.

الجدول رقم 5: تحليل المؤشرات المتعلقة بعامل المعيار الشخصي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات	رقم
0.802	3.135	SN1	1
0.826	3.053	SN2	2
0.817	3.135	SN3	3
0.777	3.076	SN4	4

تشير المتوسطات الحسابية لهذا المتغير ان المشاركين كانوا على وفاق مع عناصر المتغير العوامل ذات الصلة المعيار الشخصي حيث كان المتوسط الحسابي بين 3.053 و3.135 مما تؤكد مدى اتفاق المشاركين مع عناصر هذا المتغير. من ناحية أخرى كانت الانحرافات المعيارية لهذا المؤشر تتراوح بين 0.777 و0.826.

2.5.8 تحليل المؤشرات المتعلقة بعامل سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية

يحتوي هذا المحور على عدد 4 فقرات خاصة بالمتغير المستقل العوامل ذات الصلة بسلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية، يوضح الجدول التالي 6 هذه الفقرات مع النتائج الإحصائية الخاصة بهذه الفقرات، ويلي الجدول شرح تفصيلي لهذه النتائج والمؤشرات.

الجدول رقم 6: تحليل المؤشرات المتعلقة بعامل سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات	رقم
0.901	3.523	BI1	1
0.928	3.431	BI2	2
0.918	3.523	BI3	3
0.873	3.457	BI4	4

https://dx.doi.org/10.30566/ijo-bs/2022.02.84

تشير المتوسطات الحسابية لهذا المتغير ان المشاركين كانوا على وفاق مع عناصر المتغير سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية حيث كان المتوسط الحسابي بين 3.431و3.523 مما تؤكد مدى اتفاق المشاركين مع عناصر هذا المتغير. من ناحية أخرى كانت الانحرافات المعيارية لهذا المؤشر تتراوح بين 0.873 و0.928.

6.8 متوسط التّبائن المستخلص Average Variance Extracted AVE

في نفس نطاق تحديد موثوقية البيانات وصلاحيتها، يتم استخدام اختبار التباين المستخلص للتأكد اكثر من صلاحية و موثوقية البيانات وكذلك اختبار فونيل لاركر. يعتمد اختبار التباين المستخلص على قيمة لتكون اعلى من 0.5.

وفقا للجدول التالي 7 اظهرت النتائج ان المتغيرات حصلت على قيم تباين مستخلص مقبولة وصالحة للدراسة حيث ان المتغيرات اظهرت متوسط للتباين المستخلص اعلى من 0.5 لجميع متغيرات الدراسة كما هو موصى به من قبل دراسة Hair Jr et a (2017).

جدول رقم 7: اختبار متوسط التباين المستخلص

المتغيرات	عدد الفقرات	التباين المستخلص
المعيار الشخصي	4	0.729
سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية	4	0.725

7.8 التحليل العاملي التوكيدي

للحصول على نموذج مناسب، اقترح الباحث أنه يجب أن يفي مؤشر واحد على الأقل من كل مجموعة (المطابقة المطلقة، والملاءمة المتزايدة، ومؤشر الملاءمة) بالمعيار الموصى به. وفقًا لبيرن (2010)، يوصى باستخدام نطاق RMSEA من 0.08 إلى 1.00. وبالمثل، يوصى بتحميل العوامل ((وزن الانحدار المعياري) لأكثر من 0.50 ومكافئ الترابط المتعدد التربيعي (30. <(SMC للمتغير الكامن ليتم اعتباره موثوقًا وصالحًا (.Hair et al، 2010). يعرض الجدول 8 العتبات الموصى بها لاستخدام المؤشرات الأخرى لتقييم نماذج CB-SEM.

الجدول رقم 8: مؤشرات اختبار جودة نموذج التحليل العاملي

مسلسل	اسم المؤشر	القيمة	المعيار المقبول	النتيجة
1	مربع كاي	*1062.012*	-	مقبول
2	مستوى الدلالة	0.000	-	دالة
3	مربع كاي المعياري	*3.228*	اقل من 5	مناسب جدا
4	*GFI*	*0.955*	يساوي او اكبر ≤ 0.9	مناسب جدا
5	*CFI*	*0.904*	يساوي او اكبر ≤ 0.9	مناسب جدا
6	*RMSEA*	*0.058*	اقل او يساوي ≥ 0.08	مناسب

https://dx.doi.org/10.30566/ijo-bs/2022.02.84

8.8 تحليل المسار لفرضية الدراسة المباشرة

تم استخدام اختبار التأثير المباشر لاختبار العلاقات بين (المعتقدات السلوكية، معتقدات السيطرة، والمعتقدات المعيارية) وسلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت. الاستنتاجات التالية تم استنتاجها بناءً على النتائج الموضحة في الجدول 9:

- يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعيار الشخصي وسلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت مع حجم اثر = 0.284 و قيمة T = 5.910 و P-value = 0.000.

جدول رقم 9: نتائج الفرضية الرئيسية المباشرة للدراسة

المسار	حجم الأثر	الانحراف المعياري	قيمة T	P Values
المعيار الشخصي -> سلوك الزبائن	0.284	0.48	5.910	0.000

9.8 المناقشة

لأغراض التحليل واختبار الفرضيات التي حددتها الدراسة، فقد تم اعتماد بعض المؤشرات الإحصائية باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) حيث تم استخدام التكرارات والنسب المئوية لبيان خصائص مفردات عينة الدراسة، والوسط الحسابي لمعرفة مستوى إجابة أفراد العينة على فقرات متغيرات الدراسة. والانحراف المعياري لمعرفة مدى تركز وتشتت الإجابات عن وسطها الحسابي. واستخدم الباحث التحليل العاملي الاستكشافي لحصر العوامل على التباينات المشتركة بين المتغيرات فقط . واستخدم الباحث اختبار Bartlett & KMO من أجل التحقق من الجودة الكلية للاستبانة وما مدي مطابقتها مع التحليل العاملي الاستكشافي، وكذلك اختبار الفرضيات، وقد أظهرت نتائج تحليل المسار وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعيار الشخصي وسلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت مع حجم اثر = 0.284 و قيمة T = 5.910 و P-value = 0.000.

اكدت الدراسات السابقة على هذه النتائج حيث اظهرت دراسة القحطاني، (2015) والمتعلقة بالعوامل المؤثرة في اختيار العميل للبنوك تهدف هذه الدراسة إلى تحديد معايير اختيار البنوك من قبل العملاء في المملكة العربية السعودية، في ظل تفاوت البنوك في تقديم الخدمات، وما يترتب على ذلك من اختلاف تفضيل العملاء لبنك أو بنوك معينة دون أخرى، ومساعدة البنوك العاملة في المملكة العربية السعودية على التركيز على العوامل الأكثر تأثيراً على العملاء، وتحسين طرق تعاملها مع العملاء، والتركيز على هذه المعايير في برنامجها الترويجي للوصول إلى الشريحة المستهدفة. ومن أجل تحقيق ذلك قام الباحث باختيار عينة عشوائية بلغ حجمها (1000) عميل من عملاء جميع البنوك في المملكة العربية السعودية، وتم الاعتماد على الاستبانة في جمع البيانات، وتم إخضاعها لمقاييس الصدق والثبات، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها عدم وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية للأهمية النسبية للمعايير التي يستخدمها السعوديون لاختيار البنوك التي يتعاملون معها، باستثناء العامل الديني الذي شكل مرجعية لعملاء البنوك على اعتبار أن الدافع الديني هو ما يحثهم على اختيار البنوك الإسلامية وتركهم للتعامل مع البنوك التقليدية، كما أوضحت النتائج عدم وجود علاقة بين المعايير المؤثرة على الفرد في عملية اختياره للبنك الذي يتعامل معه وبين خصائصه الديموغرافية (السن، التعليم، الدخل، الوظيفة). وأوصت الدراسة بأهمية تحفيز البنوك الإسلامية للعملاء الجدد من خلال استقطابهم عبر تنمية أهمية الجانب الديني في التعاملات المصرفية .وفيما يتعلق بالدوافع الخاصة بالعملاء تجاه اختيارهم للتعامل مع البنوك الإسلامية، جاءت دراسة مزيان، (2015) للوقوف على هذه الدوافع لدى عينة من عملاء البنوك الإسلامية الجزائرية، حيث تبنت الدراسة الدافع الديني والعوامل الديموغرافية للمستجيبين من أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم (340) فرداً. حيث أظهرت نتائج الدراسة أن الدافع الديني هو العامل الأكبر والأهم في اختيار العملاء للبنك الإسلامية الجزائرية في كافة تعاملاتهم المصرفية، من حيث الايداع والقروض وفق الشريعة الإسلامية وخلاف ذلك من معاملات مالية إسلامية، في حين لم تجد الدراسة فروقاً ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بالعوامل الديموغرافية وعلاقتها باختيار العملاء للتعامل مع البنوك الإسلامية في الجزائر. وأوصت الدراسة بضرورة تنمية الوازع الديني لدى جمهور المتعاملين مع البنوك في الجزائر بهدف استقطاب المزيد من العملاء الباحثين عن خدمات مالية إسلامية وفقاً لضوابط الشريعة.

أما حول المحددات التي تقف وراء اختيار العملاء للبنوك الإسلامية، فقد أجرت الشاوش، (2017) دراسة تناولت محددات اختيار البنوك الإسلامية في السياق التونسي، حيث تم تطبيق الدراسة على (355) فرداً من المتعاملين مع البنوك الإسلامية في تونس، حيث تناولت الدراسة كلاً من الدافع الديني، وجودة الخدمات، وانتشار الفروع وتوزعها الجغرافي، وتوفر خدمات الإنترنت في البنوك، وكثرة خدمات الصراف الآلي للبنك، وأظهرت نتائج الدراسة أن الدافع الديني هو العامل الأبرز وراء اختيار العملاء للبنوك الإسلامية دون سواها من البنوك التقليدية التونسية، كما أظهرت النتائج أن كثرة الفروع وتوزعها الجغرافي جاء في المرتبة الثانية من حيث الأهمية بالنسبة لأفراد عينة الدراسة. وأوصت الدراسة بأهمية حرص البنوك الإسلامية على زيادة انتشار فروعها وخدمات الصراف الآلي لها في المناطق الجغرافية المختلفة في تونس بهدف استقطاب المزيد من العملاء المحتملين والجدد .وفيما يتعلق بتأثير أبعاد قنوات توزيع الخدمة المصرفية في سلوك الزبائن، فقد جاءت دراسة عطية والربيعي (2020) بهدف تناول تأثير قنوات توزيع الخدمة المصرفية بأبعادها (سمعة المصرف وشهرته، موقع المصرف، معاملة موظفي المصرف للزبائن، حداثة أساليب تقديم الخدمة المصرفية) على سلوك الزبائن وفق عدد من المتغيرات والمتمثلة بعوامل السلوك النفسية، ولتحقيق هدف الدراسة فقد تبنت مخططاً فرضياً يعبر عن العلاقات المنطقية بين متغيرات الدراسة، وتم وضع فرضيات لاختبار هذه العلاقات والتأكد من صحتها، ولغرض تطبيق هذه الدراسة ميدانياً فقد تم اختيار مصرف الرافدين ومصرف سومر التجاري الاهلي والمصرف الوطني الاسلامي، عبر عدد من فروعهم العاملة في محافظة بغداد، وتم استخدام استمارة الاستبانة كأداة رئيسة في جمع البيانات المتعلقة بالجانب الميداني بالإضافة الى استخدام المقابلة والملاحظة الميدانية، وقد بلغ حجم عينة الدراسة (150) من الزبائن المتعاملين مع المصارف المقصودة، وتم استخدام برنامج التحليل الاحصائي (SPSS) لإجراء المعالجات الإحصائية. وتوصلت الدراسة لعدة استنتاجات أهمها: أظهرت نتائج التحليل على المستوى الاجمالي وجود تأثير لأبعاد قنوات توزيع الخدمة المصرفية مجتمعة وبحسب المؤشرات النفسية التي يستخدمها الزبائن عند تقييمهم لتلك القنوات المختارة، لذا على أدارة المصرف أن تراعي هذه الأبعاد الواجب توفرها وأن تأخذها بعين الاعتبار عند اختيارها لقنوات التوزيع. أما

https://dx.doi.org/10.30566/ijo-bs/2022.02.84

أهم التوصيات للبحث فهي أن تؤمن إدارة المصرف بالدور المهم والمؤثر لقنوات توزيع الخدمة المصرفية وأبعادها المميزة في جذب الزبائن والاحتفاظ بهم.

9. الخلاصة

يتمثل التحدي الرئيسي الذي يواجه الصناعة المصرفية في الكويت في الضعف الهيكلي. ولا تزال الكويت تعتمد على عائدات النفط التي تمثل 80٪ من عائدات البلاد. وعليه، تأثرت خطة التنمية الخمسية للحكومة - التي أقرها البرلمان في فبراير 2015 - سلبًا بانخفاض أسعار النفط. التحدي الآخر هو السيولة المفرطة التي تحتفظ بها معظم البنوك وقلة الاستثمارات في السوق. على الرغم من التحديات المذكورة أعلاه، من المتوقع أن ينمو القطاع المصرفي الكويتي في المستقبل. تشير جميع المؤشرات إلى أن الوضع المالي العام للكويت لا يزال قوياً. وفقًا لمجموعة أكسفورد للأعمال، تمتلك الحكومة الكويتية أصولًا أجنبية تعادل 269٪ من الناتج المحلي الإجمالي اعتبارًا من 31 ديسمبر 2014، بينما كان الدين الحكومي 5.3٪ فقط من الناتج المحلي الإجمالي. علاوة على ذلك، على عكس دول مجلس التعاون الخليجي الأخرى، حددت الكويت سعر النفط في ميزانيتها بأقل من 50 دولارًا للبرميل. يساعد هذا السعر المنخفض الحكومة على أن تكون في وضع جيد خلال فترة تقلب الأسعار. أخيرًا، نتيجة للقواعد الجديدة التي وضعها البنك المركزي على مدى السنوات العشر الماضية، تعافى القطاع المصرفي وتتمتع البنوك الكويتية الآن بسمعة طيبة بين السكان المحليين والمستثمرين الأجانب المحتملين، مما يوفر فرصة جيدة للنمو.

الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو تحديد أثر المعيار الشخصي على سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية الكويتية.

بناء على مشكلة الدراسة والهدف الرئيسي للدراسة، قامت الدراسة الحالية باقتراح إطار بحثي ليتم دراسته، احتوى الاطار البحثي على بعد واحد مستقل وهو المعيار الشخصي لغرض معرفة تأثيره على سلوك الزبائن. تمت دراسة مدى تأثير هذا البعد على زبائن البنوك الإسلامية كونهم يمثلون عينة البحث. المنهج المستخدم في الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي حيث تم جمع البيانات من المستجيبين. اعتمدت هذه الدراسة على التحليل الوصفي بشقيه المكتبي والميداني. حيث ركز الجانب المكتبي في جمع المعلومات لمعرفة العلاقة بين متغيرات الدراسة المستقلة مع المتغير التابع، وذلك بواسطة الرجوع إلى الدراسات المكتبية والدراسات الميدانية السابقة. وأضف على هذا بعض من المصادر والمراجع الفرعية الاخرى ذات الصلة والمهتمة في موضوع الدراسة. تم استخدام أداة جمع المعلومات (الاستبانة) أو (Questionnaires) بعد إثبات صدق الأداة عن طريق صدق المحكمين. توصلت الدراسة الى انه توجد علاقات مباشرة ذات دلالة إحصائية بين المعيار الشخصي وسلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية الكويتية.

المراجع العربية

خير الدين، معطي، (2012) ، الصيغ الإسلامية كأداة لتمويل مشاريع التنمية الاقتصادية، بحث مقدم إلى الملتقى الدولي بعنوان: مقومات تحقيق التنمية المستدامة في الاقتصاد الإسلامي، المنعقد خلال الفترة الممتدة من 17-19 أيلول 2012 في جامعة مالقة، الجزائر.

اتحاد المصارف العربية، (2018)، تطورات القطاع المصرفي الكويتي: استمرار التطور والتقدم، إدارة الدراسات والبحوث في اتحاذ المصارف العربية، بيروت.

الفقهاء، سام عبد القادر، (2012)، العوامل المؤثرة في رضا العملاء عن خدمات المصارف الإسلامية في فلسطين، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد، 8، العدد2. 27. ص236-263.

القحطاني، صالح، (2015)، العوامل المؤثرة في اختيار العميل للبنوك في المملكة العربية السعودية، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، 15 (2): 1-18. 28.

الشيخ حسن، ماهر، (2005)، قياس ملاءة البنوك الإسلامية في إطار المعيار الجديد لكفاية رأس المال، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 31 مايو/أيار.

أبو عبيد، أحمد، (2017)، المصارف الإسلامية ودورها في تعزيز القطاع المصرفي، الطبعة الثانية، منشورات المكتبة العلمية، القاهرة.

صندوق النقد العربي، (2016)، المبادئ الأساسية للرقابة المصرفية الفعالة الصادرة عن لجنة بازل للرقابة المصرفية: سبتمبر 2012، ترجمة اللجنة العربية للرقابة المصرفية، أمانة مجلس محافظي المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربية، أبو ظبي.

مزيان، عبد القادر، (2015)، الدوافع الدينية لاختيار العملاء في البنوك الإسلامية : دراسة ميدانية، مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية، 36 (5): 52-57.

الشاوش، نوال، (2017)، محددات اختيار البنوك الإسلامية في السياق التونسي، مجلة ريادة الأعمال الإسلامية، 2 (3): 1-17.

عبيدات، ذوقان، وعدس، عبد الرحمن، وعبد الحق، كايد، (2016)، البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه، ط 18، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان.

المراجع الاجنبية

Sarea, A., & Hanefah, M. (2013). The need of Accounting Standards for Islamic Financial Institutions: Evidence from AAOIFI. Emerald Group Publishing Limited, Journal of Islamic Accounting and Business Research, 4 (1): 201-213.

https://dx.doi.org/10.30566/ijo-bs/2022.02.84